

LAPORAN TUGAS AKHIR  
PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY  
RUMAH SAKIT GATOEL



DISUSUN OLEH :

ROFIZAL FAIZ . M  
(0851010092)

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNKASI VISUAL  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL & PERENCANAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011

# PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY RUMAH SAKIT GATOEL

## TUGAS AKHIR

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh  
Gelar Sarjana Teknik (S-1)

### JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



Diajukan oleh :

ROFIZAL FAIZ . M  
0851010092

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkah dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Tugas ini berjudul : Perancangan Promosi Pariwisata Seni dan Budaya Mojokerto. Judul ini saya angkat karena Mojokerto memiliki aneka seni dan budaya yang kurang terekslore.

Penyusunan tugas ini tidak luput dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu kami menyampaikan terima kasih kepada ;

1. Allah SWT
2. Pihak keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
3. Rekan-rekan mahasiswa Desain Komunikasi Visual 2007 dan 2008 yang telah membantu memberikan bahan serta informasi untuk penyusunan tugas ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan dalam proposal ini.

Seperti kata pepatah, tiada gading yang tak retak, begitu pula kami menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan. Semoga tugas ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 14 Desember 2011

Penyusun

## DAFTAR ISI

|  |    |
|--|----|
| Lembar Pengesahan .....                  | i  |
| Abstraksi .....                          | ii |
| Kata Pengantar .....                     | iv |
| Daftar Isi .....                         | v  |
| Daftar Gambar .....                      | ix |
| Daftar Tabel.....                        | x  |
| Daftar Bagan .....                       | x  |
| <br>Bab I   Pendahuluan                  |    |
| 1.1. Latar Belakang .....                | 1  |
| 1.1.1. Kota Mojokerto secara umum .....  | 1  |
| 1.1.2. Promosi .....                     | 4  |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....          | 4  |
| 1.3. Rumusan Masalah .....               | 4  |
| 1.4. Batasan Masalah .....               | 4  |
| 1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....      | 5  |
| 1.5.1. Ruang lingkup studi.....          | 5  |
| 1.5.2. Implementasi desain.....          | 5  |
| 1.6. Tujuan Perancangan .....            | 5  |
| 1.7. Manfaat Perancangan .....           | 5  |
| 1.8. Sistematika Penulisan .....         | 6  |
| <br>Bab II   Tinjauan Pustaka            |    |
| 2.1. Identifikasi data Mojokerto .....   | 7  |
| 2.1.1. Sejarah kota mojokerto .....      | 7  |
| 2.1.2. Demografi kota mojokerto .....    | 10 |
| 2.1.2.1. Adat istiadat atau budaya ..... | 10 |

|  |    |
|--|----|
| 2.1.2.2. iklim .....                         | 11 |
| 2.1.3. Pariwisata dan objek wisata .....     | 11 |
| 2.1.3.1. Bantengan .....                     | 12 |
| 2.1.3.2. Tradisi grabeg suro mojopahit ..... | 12 |
| 2.1.3.3. Pengantin mojoputri .....           | 12 |
| 2.1.3.4. Ujung .....                         | 13 |
| 2.1.3.5. Ludruk .....                        | 13 |
| 2.1.3.6. Wayang kulit .....                  | 13 |
| 2.1.3.7. Haoul syeh jumadil kubro.....       | 14 |
| 2.1.3.8. Kuda lumping .....                  | 14 |
| 2.2. Logo .....                              | 14 |
| 2.2.1. pengertian logo .....                 | 14 |
| 2.2.2. elemen pembentuk logo.....            | 15 |
| 2.3. Website .....                           | 20 |
| 2.3.1. pengertian website .....              | 20 |
| 2.3.2. sejarah website .....                 | 20 |
| 2.3.3. jenis-jenis website .....             | 21 |
| 2.3.4. unsur-unsur pada website.....         | 21 |
| 2.4. Target segmen .....                     | 24 |
| 2.4.1. karakteristik segmen dewasa.....      | 24 |
| 2.5. Promosi .....                           | 26 |
| 2.5.1. bauran promosi .....                  | 26 |
| 2.6. Teori warna.....                        | 27 |
| 2.7. Analisa SWOT kabupaten Mojokerto .....  | 29 |
| 2.7.1. Streng (kekuatan) .....               | 29 |
| 2.7.2. Weak.....                             | 29 |
| 2.7.3. Opportunities.....                    | 29 |
| 2.7.4. Threat.....                           | 29 |
| 2.8. Studi eksisting.....                    | 30 |
| 2.8.1. Brosur .....                          | 30 |
| 2.8.2. Website .....                         | 32 |

|  |    |
|--|----|
| 2.9. Studi komparator.....                 | 33 |
| 2.9.1. Kota Batu secara umum.....          | 33 |
| 2.9.2. website pariwisata kota batu .....  | 34 |
| 2.9.3. brosur pariwisata kota batu .....   | 35 |
| 2.9.4. logo pariwisata kota batu .....     | 36 |
| 2.10. Studi kompetitor.....                | 36 |
| 2.10.1. Kabupaten Kediri secara umum ..... | 36 |
| 2.10.2. Website kabupaten Kediri.....      | 37 |

### Bab III Metode penelitian

|   |    |
|---|----|
| 3.1. Definisi judul dan sub judul .....         | 39 |
| 3.1.1. Definisi judul .....                     | 39 |
| 3.1.2. Definisi komunikasi visual promosi ..... | 39 |
| 3.1.3. Kabupaten mojokerto.....                 | 39 |
| 3.2. Teknik sampling .....                      | 40 |
| 3.2.1. Target audiens .....                     | 40 |
| 3.2.2. Populasi .....                           | 41 |
| 3.3. Sample .....                               | 41 |
| 3.4. Jenis data dan sumber data .....           | 41 |
| 3.4.1. Jenis data .....                         | 41 |
| 3.4.1.1. Data primer .....                      | 41 |
| 3.4.1.2. Data sekunder .....                    | 41 |
| 3.4.2. Sumber data .....                        | 42 |
| 3.5. Metode penelitian .....                    | 42 |
| 3.6. Kerangka berpikir .....                    | 44 |

### Bab IV analisa dan konsep desain

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 4.1. Penulusuran masalah .....        | 45 |
| 4.2. Identifikasi masalah .....       | 45 |
| 4.3. Target Audiens .....             | 46 |
| 4.3.1. Demografi target audiens ..... | 46 |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 4.3.2. Segmentasi psikografis .....   | 46 |
| 4.3.3. Kebutuhan konsumen .....       | 46 |
| 4.4. Kuisisioner .....                | 46 |
| 4.5. Unique selling preposition ..... | 47 |
| 4.6. Bagan konsep .....               | 48 |
| 4.7. Definisi konsep keyword .....    | 48 |
| 4.8. Visualisasi konsep .....         | 49 |
| 4.8.1. Desain Logo .....              | 49 |
| 4.9. Strategi komunikasi .....        | 49 |
| 4.10. Strategi visual .....           | 49 |
| 4.11. Proses desain .....             | 49 |
| 4.11.1. Alternatif desain Logo .....  | 49 |
| 4.12. Analisa media .....             | 50 |
| 4.12.1. Media primer .....            | 50 |
| 4.12.2. Media sekunder .....          | 50 |
| <br>Bab V implementasi desain         |    |
| 5.1. Logo .....                       | 52 |
| 5.2. website .....                    | 52 |
| 5.3. Media promosi .....              | 57 |
| 5.3.1. tshirt .....                   | 57 |
| 5.3.2. flayer .....                   | 58 |
| 5.3.3. poster .....                   | 58 |
| 5.3.4. billboard .....                | 59 |
| 5.3.5. Gantungan kunci.....           | 59 |
| <br>Bab VI kesimpulan dan saran       |    |
| 6.1. kesimpulan .....                 | 60 |
| 6.2. saran .....                      | 61 |
| Daftar Pustaka .....                  | 62 |
| Lampiran 1 .....                      | 63 |
| Biodata penulis .....                 | 65 |

## DAFTAR GAMBAR

|             |   |
|-------------|---|
| Halaman     |   |
| Gambar 1.1  | : Peta Mojokerto .....1                             |
| Gambar 2.1  | : Peta Mojokerto .....7                             |
| Gambar 2.2  | : Contoh Logo .....9                                |
| Gambar 2.3  | : Brosur Wisata Mojokerto .....19                   |
| Gambar 2.4  | : Brosur Event Seni Dan Budaya Mojokerto .....30    |
| Gambar 2.5  | : Website Pariwisata Mojokerto .....31              |
| Gambar 2.6  | : Peta Kota Batu .....32                            |
| Gambar 2.7  | : Website Kota Batu .....33                         |
| Gambar 2.8  | : Brosur wisata kota Batu .....34                   |
| Gambar 2.9  | : Logo Wisata kota Batu ..... 35                    |
| Gambar 2.10 | : Peta Kabupaten Kediri ..... 37                    |
| Gambar 2.11 | : Website Kabupaten Kediri .....37                  |
| Gambar 4.1  | : Alternatif desain .....50                         |
| Gambar 5.1  | : Logo seni dan budaya Mojokerto ..... 52           |
| Gambar 5.2  | : Website seni dan budaya Mojokerto ..... 52        |
| Gambar 5.3  | : Kaos seni dan budaya Mojokerto .....57            |
| Gambar 5.4  | : Flayer seni dan budaya Mojokerto ..... 58         |
| Gambar 5.5  | : Poster seni dan budaya Mojokerto ..... 58         |
| Gambar 5.6  | : Billboard seni dan budaya Mojokerto ..... 59      |
| Gambar 5.7  | : Gantungan kunci seni dan budaya Mojokerto .....60 |



## DAFTAR TABEL

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | : Diagram Lingkaran pendapatan Mojokerto..... | 3  |
| Table 1.2 | : Pertumbuhan ekonomi Mojokerto .....         | 10 |

## DAFTAR BAGAN

|           |                         |    |
|-----------|-------------------------|----|
| Bagan 3.1 | : Logika Berpikir ..... | 44 |
| Bagan 4.1 | : Konsep.....           | 48 |

## ABSTRAKSI

Berdasarkan arti harfiah, Animasi adalah menghidupkan. Yaitu usaha untuk menggerakkan sesuatu yang tidak bisa bergerak sendiri. Animasi juga merupakan sebuah rangkaian gambar yang di tampilkan secara bergantian melalui beberapa frame yang disusun secara urut sehingga menghasilkan sebuah gambar yang bergerak. Sejak jaman dulu, manusia telah mencoba menganimasi gerak gambar binatang mereka, seperti yang ditemukan oleh para ahli purbakala di gua Lascaux Spanyol Utara, sudah berumur dua ratus ribu tahun lebih.

Masyarakat awam kini sering lupa apabila ditanya tentang sejarah nasional. Apalagi seiring dengan banyaknya budaya asing yang masuk ke negara kita, budaya dan sejarah nasional kita pun jadi ikut dilupakan. Masyarakat dan anak-anak di zaman sekarang ini malah lebih mengenal sejarah negara lain lewat animasi-animasi luar yang banyak beredar di televisi. Apabila anak-anak di tanya pahlawan seperti apakah yang mereka kenal. Mereka pasti lebih mengenal pahlawan animasi Jepang dan Amerika daripada tokoh pahlawan nasional.

. Dengan gaya visual yang lebih mudah dipahami dan di padu dengan warna-warna yang colourfull ternyata membuat mereka lebih tertarik mengenal tokoh fiktif dalam serial atau film-film animasi yang tayang di televisi. Maka dirasa peran animasi ternyata punya andil besar dalam perkembangan anak-anak. Dan pelajaran sejarah juga sangat penting,apalagi anak-anak zaman sekarang kurang begitu mengenal apalagi tertarik mengenai pahlawan-pahlawan perjuangan. Maka dirasa melalui media animasi ini dapat memberikan sesuatu yang berbeda dengan merancang film animasi 2D dengan cerita yang menarik dan sesuai dengan anak-anak tentang kisah perjuangan Pangeran Diponegoro. Konsep yang dipakai adalah “Diponegoro Is My Hero”. Disini di ceritakan seolah Diponegoro adalah seorang

pahlawan super hero. Agar dapat menarik minat anak-anak untuk lebih mengenal Pangeran Diponegoro nantinya.

Kata Kunci : Animasi, Pahlawan Nasional, Diponegoro Is My Hero

## ABSTRACT

Based on the literal sense, Animation is animating. The attempt to move something that can not move themselves. Animation is also a series of images in the show through a few frames are alternately arranged in sequence so as to produce a moving picture. Since ancient times, humans have tried to  $\neg$  animated motion pictures of animals they are, as found by the archaeologist in the Lascaux cave Northern Spain, had lived two hundred thousand years more.

Ordinary people are now often forgotten when asked about the national history. Moreover, as many foreign cultures into our country, our culture and national history became part forgotten. Community and the children in this day and age even more familiar with the history of other countries through out the animation-animation widely circulated on television. If the children in question as whether the heroes they know. They are certainly more familiar with Japanese animation and American hero rather than a national hero.

With a visual style that is more easily understood and coherent with colourfull colors turned out to make them more interested to know a fictional character in the series or animated movies that aired on television. Then the perceived role of the animation turned out to have a big hand in the development of children. And the lesson of history is also very important, especially the children today are less interested to know much less about the heroes of the struggle. So this is felt through the medium of animation can provide something different by designing a 2D animated film with an interesting story and in accordance with the children about the story of the struggle Diponegoro. The concept used is "Diponegoro Is My Hero". Here at Diponegoro tell me as a super hero is a hero. In order to attract children's interest in knowing more about Prince Diponegoro later.

Keywords: Animation, National Hero, Diponegoro Is My Hero

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah sakit adalah sebuah lembaga kesehatan yang difungsikan untuk membantu masyarakat dalam bidang kesehatan, seperti berobat dll. Awalnya rumah sakit hanya dikelola oleh pemerintah, dengan fasilitas yang standart. Namun, seiring dengan perkembangan jaman, kebutuhan manusia semakin meningkat. Hal ini, membuat orang berfikir untuk menjadikan rumah sakit sebagai lahan bisnis. Sehingga banyak bermunculan rumah sakit-rumah sakit swasta di berbagai daerah. Seperti rumah sakit Haji di Surabaya, Rumah sakit Gatoel di Mojokerto, dll.

Banyak rumah sakit swasta yang bermunculan ini, mulai mempromosikan dirinya melalui banyak cara, ada yang dengan menggunakan mouth to mouth atau media komunikasi lainnya. Agar promosi tiap rumah sakit tidak sama dengan antara satu dengan yang lainnya, maka dibuatlah sebuah system grafis yang menggambarkan diri mereka masing-masing melalui corporate identity.

Corporate identity adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari image dan identitas suatu perusahaan.<sup>1</sup> Sehingga dengan adanya corporate identity pada masing-masing rumah sakit akan membuat sebuah ciri khas tersendiri dari setiap rumah sakit dan akan lebih mudah untuk diingat oleh masyarakat.

Begitu juga yang terjadi pada Rumah sakit Gatoel yang ada di Mojokerto. rumah Sakit Gatoel tempo dulu ± tahun 1927 bernama “ESCHAUZIER KLINIK GATOEL” merupakan anak perusahaan dari ONDERNEMING BELANDA bernama “COOY & COSTER VAN VOORHOUT”. Pada tahun 1968 keluarlah peraturan pemerintah No. 14 tahun 1968 tentang pendirian Perusahaan Negara Perkebunan atau PNP yang mendapat peralihan dari PPN, dimana peraturan tersebut juga membentuk wilayah-wilayah PNP berdasarkan daerah masing-masing seperti PNP XXI untuk wilayah Karesidenan Kediri dan PNP XXII

---

<sup>1</sup> Pada tahun 1959 dalam majalah Print, William Golden, seorang desainer komunikasi visual mengatakan "Image adalah bagaimana Anda dilihat dan dipersepsikan; identitas adalah siapa diri Anda."

wilayah Karesidenan Surabaya. Pada tahun 1973 disusul kembali dengan undang-undang No. 23 tahun 1973 yang memerintahkan pengalihan PNP menjadi PT. Perkebunan (Persero) yang wilayahnya sama seperti wilayah PNP. Selanjutnya dengan undang - undang itu pula diadakan penggabungan antara PNP XXI dan PNP XXII menjadi PT. Perkebunan XXI-XXII (Persero). Kemudian PT. Perkebunan XXI-XXII, PT. Perkebunan XIX, dan PT. Perkebunan XXVII (Persero) dilebur/digabung menjadi PT. Perkebunan Nusantara X (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 15 tahun 1996 tanggal 14 Pebruari 1996, dimana PT. Perkebunan Nusantara X didalam usahanya mengelola 1 pabrik karung, 6 unit tembakau, 3 rumah sakit, dan 11 pabrik gula dimana salah satunya adalah Rumah Sakit Gatoel.<sup>2</sup>

Selama perjalanan dari awal berdirinya rumah sakit gatoel sampai saat ini, telah mengalami beberapa masa transisi. Begitu pula dengan cara rumah sakit gatoel untuk berpromosi. Namun usaha untuk mengenalkan rumah sakit Gatoel dengan menggunakan sebuah system grafis yang dilakukan rumah sakit gatoel sangatlah minim sehingga untuk menarik minat masyarakat sangatlah minim sekali. Untungnya rumah sakit gatoel masih bisa bersaing dengan rumah sakit lainnya dengan menjual pelayanan yang baik dan peralatan serta fasilitas yang lebih baik dari rumah sakit lainnya di Mojokerto. Fasilitas yang sangat menonjol diantara rumah sakit lainnya adalah dengan adanya ruang hemodialisa, ruang operasi dan ruang cityscan.

Semakin berkembangnya perkembangan duania kesehatan, maka munculah berbagai macam peraturan dan keputusan dari pemerintah. Salah satunya yaitu, sebuah rumah sakit harus memiliki badan hukum tersendiri (PT atau CV). Menanggapi peraturan pemerintah ini, maka rumah sakit gatoel yang merupakan milik dari PTPN X, berusaha untuk berdiri sendiri, namun masih tetap menjadi anak perusahaan dari PTPN X. Saat ini rumah sakit gatoel masih menunggu proses pergantian ini, namun rumah sakit masih belum memiliki identitas yang baru untuk menjadi rumah sakit unggulan yang mandiri.

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bpk. Slamet (Kepala Manajemen Administrasi RS. Gatoel)

Dari fenomena yang terjadi di atas, maka dapat disimpulkan persaingan rumah sakit semakin ketat. Setiap rumah sakit berusaha menunjukkan kelebihan masing – masing agar masyarakat mau datang dan berobat. Untuk itu, selain pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai, rumah sakit harus memiliki identitas yang berbeda dari rumah sakit lainnya dan di dukung dengan sebuah corporate identity yang tepat maka diharapkan pencapaian target perolehan pasien bisa lebih maksimal sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh pihak rumah sakit gatoel.



Gambar 1.1 Rumah sakit Gatoel

## 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

- Belum memiliki logo yang menggambarkan identitas diri dari rumah sakit Gatoel.



Gambar 1.4 Lobi Rumah Sakit Gatoel

- Belum adanya sistem grafis yang mencerminkan identitas rumah sakit gatoel.



Gambar 1.5 Ruang Tunggu RS. Gatoel

### 1.3 BATASAN MASALAH

- Kebijakan rumah sakit Gatoel untuk membuat alternative logo.
- Keberadaan gedung bangunan yang berbeda masa pembuatannya.
- Keputusan pemerintah yang terkait dengan pelepasan anak perusahaan.
- SDM perawat yang dinilai masih belum bisa mendedikasikan dirinya untuk masyarakat.
- Kebijakan biaya yang dianggarkan pihak rumah sakit gatoel untuk keperluan promosi.
- Corporate identity rumah sakit Gatoel yang ingin mengenalkan dirinya sebagai rumah sakit unggulan di Mojokerto.
- Tujuan perancangan untuk peningkatan pelayanan dan perolehan pasien rumah sakit gatoel.

### 1.4 RUMUSAN MASALAH

“ Bagaimana merancang corporate identity yang sesuai dengan image dan visi misi Rumah Sakit Gatoel ? “

### 1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN

- Penelitian difokuskan untuk membuat corporate identity yang sesuai image yang telah melekat dimasyarakat untuk di compare-kan dengan



image yang di inginkan oleh pihak Rumah Sakit Gatoel untuk masa yang akan datang.

- Dilaksanakan sesuai dengan target audience dan segmentasi guna menyamakan dengan tujuan yang dirancang Rumah Sakit Gatoel untuk masa mendatang.

## 1.6 TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Menunjukkan identitas baru pada masyarakat bahwa Rumah Sakit Gatoel merupakan salah satu alternative rumah sakit swasta yang memiliki keunggulan dibanding rumah sakit swasta lain yang ada di Mojokerto baik berupa pelayanan maupun kelengkapan alat – alat kedokteran.
2. Membuka wawasan masyarakat bahwa Rumah Sakit Gatoel sama baiknya dengan rumah sakit yang ada dikota besar lainnya seperti Surabaya.
3. Menjadikan Rumah Sakit Gatoel sebagai salah satu rumah sakit unggulan pilhan masyarakat untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang professional.
4. Membantu Rumah Sakit Gatoel dalam pembuatan media promosi dalam rangka meningkatkan jumlah pasien untuk datang berobat.

## 1.7 MANFAAT PERANCANGAN

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi berbagai pihak, terutama 3 pihak, yakni bagi Rumah Sakit Gatoel, bagi peneliti, dan bagi masyarakat.

### 1.7.1 Bagi peneliti :

Dengan merancang corporate identity Rumah Sakit Gatoel, peneliti akan bisa menerapkan dan membandingkan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dengan praktek di lapangan langsung. Selain itu, bagi peneliti, ini akan menjadipenyelesaian dari mata kuliah Tugas Akhir sebagai syarat untuk kelulusan mahasiswa.

### 1.7.2 Bagi Rumah Sakit Gatoel :

Rumah Sakit Gatoel akan sangat terbantu dengan adanya perancangan corporate identity ini, maka pada saat lepas dari induk perusahaan yaitu PTPN X, Rumah Sakit Gatoel sudah memiliki identity sendiri yang siap di tunjukkan ke masyarakat sebagai rumah sakit unggulan. Ini akan memberikan keuntungan jangka panjang yang sangat bagus bagi Rumah Sakit Gatoel.

Dengan memiliki identitas yang baru dan berbeda dengan rumah sakit yang lain, maka Rumah Sakit Gatoel mampu menjadi trend center di antara rumah sakit swasta lainnya dan ini akan menarik perhatian dari masyarakat dan diharapkan mampu menarik banyak pasien.

Dengan mendapatkan pasien dengan kriteria kelas ekonomi tertentu (menengah atas), maka Rumah Sakit Gatoel bisa meningkatkan pendapatan dari biaya perawatan kesehatan. Ini diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan staf rumah sakit maupun untuk peningkatan fasilitas di Rumah Sakit Gatoel.

### 1.7.3 Bagi masyarakat :

Dengan adanya identitas yang baru dan berbeda serta di dukung dengan adanya informasi yang jelas tentang Rumah Sakit Gatoel, maka akan memudahkan masyarakat dalam memilih dan mendapatkan pelayanan rumah sakit yang unggulan. Dengan memilih rumah sakit yang baik disemua aspek maka masyarakat akan merasa nyaman dan yakin akan mendapatkan pelayanan yang professional dari Rumah Sakit Gatoel.

## 1.8 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang pemilihan judul, permasalahan, ruang lingkup, serta tujuan

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka mengenai hal yang mencakup teori dasar yang melatar belakangi konsep yang akan dibuat serta studi yang diperoleh dari data

eksisting, sehingga mendapatkan data yang valid, guna menghasilkan output yang diinginkan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Menguraikan tentang definisi judul dan sub judul serta keabsahan riset, dan serta tahapan dan logika pikir dalam menyelesaikan judul ini.

### **BAB IV KONSEP DESAIN**

Konsep yang menjadi acuan tiap output desainnya secara menyeluruh

### **BAB V IMPLEMENTASI DESAIN**

Pembahasan terhadap keluaran desain ( output ) sebagai perwujudan dari konsep dan teori yang dipakai.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang berupa jawaban terhadap permasalahan dan nilai baru yang ditemukan. saran bagi proyek desain selanjutnya sebagai hasil pemikiran atas keterbatasan yang dilakukan.